

REPRESENTASI EKSPLOITASI ANAK DALAM IKLAN

(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan 3 indie+)

Oleh

Ana Tamalia Handayani

362008041

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Sebagai Salah Satu Syarat Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA SALATIGA

2014



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Tamalia Handayani
NIM : 362008041 Email : aratamalia@gmail.com
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Representasi Eksploitasi Anak dalam Iklan
Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan 3 Indrie + 1
Pembimbing : 1. Siti Natalia Sukmi, S.Sos., M.I.Kom
2. _____

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 20 Juni 2014.





PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Tamalia Handayani
NIM : 26 2008 091 Email : anatalia90@gmail.com
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Representasi Eksploitasi Anak dalam Iklan
(studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam
Iklan "3 indie")

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing I dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 20 Juni - 2018.

Ana Tamalia H.

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

1956
Mengetahui,

(Sih Natalia Sukma, S.Sos, M.I.Kom)

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : REPRESENTASI EKSPLOITASI ANAK DALAM
IKLAN (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes
dalam iklan 3 indie+)

Nama Mahasiswa : Ana Tamalia Handayani

NIM : 362008041

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disetujui oleh,

Pembimbing,

(Sih Natalia Sukmi, S.Sos., M.I.Kom.)

Diketahui oleh,

Kaprodi FISKOM

Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom.

Dekan FISKOM



Drs. Daru Purnomo, M.Si.

Dinyatakan Lulus Tanggal :

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ana Tamalia Handayani

NIM : 362008041

Program Studi : Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul :

REPRESENTASI EKSPLOITASI ANAK DALAM IKLAN (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam iklan 3 indie+)

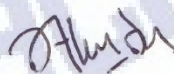
Dengan pembimbing Sih Natalia Sukmi, S.Sos., M.I.Kom yang disajikan pada tanggal 20 Mei 2014 adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam karya ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya melanggar pernyataan tersebut diatas saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

1956 Salatiga, 20 Mei 2014

Yang membuat pernyataan,



Ana Tamalia Handayani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS **AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ana Tamalia Handayani

NIM : 362008041

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UKSW Hak bebas royalti non-eksklusif(*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

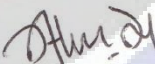
REPRESENTASI EKSPLOITASI ANAK DALAM IKLAN **(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam iklan 3 indie+)**

Beserta perangkat yang ada jika diperlukan.

Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, UKSW berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat di Salatiga 20 Mei 2014

Yang menyatakan,

1956 

Ana Tamalia Handayani

Mengetahui,

pembimbing



Sih Natalia Sukmi, S.Sos., M.I.Kom

SARIPATI

Iklan adalah segala bentuk penyajian secara non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Dalam penayangan iklan tentu terdapat batasan-batasan yang telah dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia agar iklan yang ditayangkan itu layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat tanpa melanggar norma-norma yang ada serta tidak menimbulkan permasalahan atau kesalahpahaman pemirsanya.

Penelitian ini menjelaskan tentang iklan 3indie+ yakni iklan provider dengan konsep permasalahan akhir bulan dengan target pasar para pekerja muda, yang dinilai mengandung unsur eksploitasi karena cara yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak melalui anak-anak dengan narasi yang membicarakan masalah orang dewasa. Iklan tersebut mendapat kecaman oleh KPI karena dinilai tidak mendidik dan mengandung unsur eksploitasi anak, yang berarti sebagai sikap diskriminatif atau perlakuan sewenang-wenang terhadap anak yang dilakukan oleh keluarga ataupun masyarakat untuk kepentingan ekonomi, sosial ataupun politik tanpa memperhatikan hak-hak anak tersebut, sehingga diberhentikan tayang di media televisi. Peneliti menggunakan enam prosedur konotasi barthes untuk menganalisis yaitu *trick effect*, *pose*, *object*, *photogenia*, *aestheticism*, dan *syntax*.

Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti adalah iklan 3indie+ terbukti mengandung unsur eksploitasi anak karena pengiklan memanipulasi perkataan orang dewasa yang disampaikan melalui anak-anak dan itu dilakukan secara berulang-ulang.

Kata kunci : iklan, KPI, semiotika, eksploitasi anak

ABSTRACT

Advertisement is all forms of presentation in non personal and promotional ideas, goods or services by a particular sponsor that requires a payment. For certain advertising telecast, there are limitations that made by the Broadcasting Commission of Indonesia so that

the advertisements which aired are worthy to enjoy by the community without breaking the norms and doesn't cause any problems or misunderstanding among the users.

This research describes about 3+ Indie namely advertising provider with the concept of problems at the end of the month with the market target of the young workers, which is assessed contains elements of exploitations because the way of this advertisement performed the message to the audience by using children with the narration which talked about the adults' problems. that advertisement got criticism by KPI because its considered do not educated and contains some elements of children exploitations which means a discriminatory attitude or arbitrary treatment of children carried out by families or communities for the benefit of economic, social or politic without regards to the rights of thos children, so that the television broadcast in the media dismissed it. The researcher using six *konotasi barthes* (*barthes connotation*) procedures which are *trick effect*, *pose*, *object*, *photogenia*, *aestheticism*, and *syntax*.

The result shows that 3indie+ advertisement is proven to contain elements of children exploitation because the advertisers manipulating the words of adults who performed by the children and it is done repeatedly.

Key words: advertisement, KPI, semiotika, children exploitation

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “REPRESENTASI EKSPLOITASI ANAK DALAM IKLAN (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam iklan 3 indie+)”. Merupakan suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, setelah melalui proses perjalanan dan perjuangan yang cukup panjang dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, doa dan dorongan dari bberbagai pihak untuk itu perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Sih Natalia Sukmi, S.Sos.,M.I.Kom selaku pembimbing atas segala waktu, ilmu, bimbingan, bantuan, kesabaran dan perhatian yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. Daru Purnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi UKSW.
3. Dewi Kartika Sari, S.Sos selaku Kaprogdi Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi UKSW.
4. Seluruh dosen Fiskom UKSW, om roy, om john, mas sam, pak pam, mas seto, mas tomy terimakasih atas ilmu yang sudah kalian ajarkan selama ini.
5. Staff Fiskom UKSW, pak budi terimakasih banyak atas bantuan dan dukungannya selama ini
6. Babe Fachroji dan ibuk Rulli dan neng Sofi yang telah membesarkan, mendidik dan menyayangi saya.
7. Suami Zainuddin Afandi yang selalu mensupport dan sabar menunggu hingga tahap ini, anakku Narendra Mohan S terimakasih senyumnya ya nak.
8. Pradina yang telah banyak membantu memberikan masukan, waktu yang banyak, motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan nupeg, aug, dian, tari, ipank, anang, nesya, agnes, cis, bintang dan banyak lagi pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, mengingat adanya banyak keterbatasan dalam diri penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembimbing, penguji dan para pembaca.

Salatiga, 20 Mei 2014

Ana Tamalia Handayani

Daftar Isi

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
SARIPATI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5 Kerangka Pikir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Originalias Penelitian.....	8
2.2 Periklanan	10
2.2.1. Pengertian Iklan.....	10
2.2.2. Fungsi Iklan.....	10
2.2.3. Kode Etik dan Sanksi Periklanan.....	12
2.3 Representasi	13
2.4 Eksploitasi Anak	14
2.5 Semiotika	14
2.5.1. Pengertian Semiotika.....	14
2.5.2. Semiotika Roland Barthes.....	16
2.5.3. Semiotika Iklan.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Pendekatan Penelitian	27
3.2 Unit Analisis dan Unit Amatan.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.6 Gambaran Umum Iklan Tri Indie+	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31

4.1 Analisis Data.....	31
4.2 Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Elemen-elemen makna dari Saussure	16
Gambar 2. Peta Tanda Roland Barthes	18

